

Thực trạng và giải pháp phát triển ngành gốm ở Bình Dương đến năm 2030

Situation and solutions for development of the ceramic industry in Binh Duong until 2030

Phạm Trần Quang Hưng, Trần Thị Thùy Trang

Trường Đại học Bình Dương, Bình Dương

Tác giả liên hệ: Phạm Trần Quang Hưng; E-mail: tqhung@bdu.edu.vn

Tóm tắt: Đến với ngành gốm ở Bình Dương, ta sẽ từng bước chứng kiến được bàn tay tài hoa của những nghệ nhân với nhiều sản phẩm gốm tinh xảo vô cùng giá trị. Tuy nhiên, ngành gốm ở Bình Dương vẫn phát triển chưa tương xứng với tiềm năng của nó vì những lý do khác nhau. Bài viết sẽ tập trung sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, theo đó nhóm tác giả phân tích tài liệu và các số liệu thống kê để đánh giá thực trạng hoạt động ngành gốm trên địa bàn tỉnh Bình Dương các năm gần đây, qua đó nêu lên những hạn chế và lý giải nguyên nhân của khó khăn còn tồn tại. Sau cùng, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp phát triển đội ngũ nguồn nhân lực, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế và cải tiến khoa học kỹ thuật tạo ra các sản phẩm chất lượng cao, mẫu mã phong phú nhiều chủng loại nhằm giữ gìn các giá trị văn hóa truyền thống, phát triển kinh tế - xã hội, tạo cơ hội việc làm và tăng nguồn lợi thu nhập cho người dân địa phương.

Từ khóa: *Đánh giá; giải pháp; ngành gốm; nghệ nhân; tiềm năng*

Abstract: Coming to the ceramic industry in Binh Duong, we will step by step witness the talented hands of artisans with many extremely valuable and exquisite ceramic products. However, the ceramic industry in Binh Duong has not yet developed commensurate with its potential due to different reasons. The article will focus on using qualitative research methods, whereby the authors analyze documents and use statistics to assess the current situation ceramic industry activities in Binh Duong province, thereby highlighting limitations and explaining the causes of existing difficulties. Finally, the authors propose solutions to develop human resources, improve competitiveness in international market, and improve science and technology to create high quality-products, various designs in order to preserve traditional cultural values, develop socio-economic, create employment opportunities and increase income for local people.

Keywords: *Artisans; assess; ceramic industry; potential; solutions*

1. Đặt vấn đề

Ngành gốm là một trong những ngành nghề truyền thống nổi tiếng tại Việt Nam, nghề làm gốm đã có từ rất lâu được truyền lại qua nhiều đời nay vẫn giữ được những đặc trưng riêng biệt và đã trở thành một nét độc đáo trong tinh hoa văn hóa dân tộc Việt Nam. Với nghề gốm, người thợ gốm hay còn gọi là nghệ nhân không chỉ dùng kinh nghiệm mà còn dùng cảm xúc bằng cái tâm và nghệ thuật của mình để sáng tạo ra những sản phẩm độc đáo và có hồn. Đồ gốm là những tác phẩm nghệ thuật được các nghệ nhân sáng tạo bằng cách hòa trộn các loại nguyên liệu lại với nhau được nung ở nhiệt độ cao, tùy loại đất sét mà có nhiệt lượng khác nhau để tạo cho chúng có một hình dạng chắc và có màu sắc khác hẳn so với nguyên liệu ban đầu. Các nghệ nhân sẽ thực hiện các quy trình làm gốm tại nơi được gọi là xưởng gốm. Việt Nam có rất nhiều các làng nghề làm gốm, trong đó Bình Dương là nơi nổi tiếng tạo ra các sản phẩm gốm với mẫu mã độc đáo, tính thẩm mỹ cao và đạt chất lượng trong thị trường cả nước và quốc tế.

Có thể nói, ngành gốm ở Bình Dương đã hình thành và phát triển hàng trăm năm nay khi cộng đồng người Hoa đến lập nghiệp tại nơi này. Ngoài việc cung cấp sản phẩm phục vụ người tiêu dùng trong tỉnh, ngành gốm Bình Dương còn lan tỏa ra cả nước và quốc tế như: Mỹ, Úc, Hàn Quốc, Nhật và các quốc gia châu Âu... Không những thế, các doanh nghiệp gốm trên địa bàn đã giải quyết việc làm cho hàng ngàn lao động và đóng góp đáng kể cho ngân sách địa phương.

“Về đặc điểm địa lý, Bình Dương là tỉnh thuộc miền Đông Nam bộ và có địa hình tương đối bằng phẳng nền địa chất ổn định, vững chắc, phổ biến là những dãy đồi phù sa cổ nối tiếp nhau với độ dốc không quá 3 – 150m. Đặc biệt có một vài đồi núi thấp nhô lên giữa địa hình bằng phẳng như núi Châu Thới (Dĩ An) cao 82m và ba ngọn núi thuộc huyện Dầu Tiếng là núi Ông cao 284,6 m, núi La Tha cao 198m, núi Cậu cao 155m” – Theo công thông tin điện tử của Bộ kế hoạch và đầu tư. Đất sét ở Bình Dương đa số đều rất xốp và dẻo thường được dùng để sản xuất các loại gốm dùng làm các sản phẩm gia dụng sinh hoạt trong nhà như: Ấm, chén, đĩa, lu, khay, vại... hay các loại vật liệu xây dựng như gạch, ngói, ngoài ra còn làm phối liệu cho ngành gốm sứ và nhiều ngành sản xuất khác. Sản xuất đồ gốm khâu đầu tiên là chọn nguồn nguyên liệu mà vùng Đất Cuốc – Tân Uyên là vùng đất sét trữ lượng lớn, chất lượng cao, phân bố gần những vùng cư trú của các cộng đồng dân cư. Đất sét dùng để chế tác đồ gốm là một loại nguyên liệu pha chế để tăng độ bền sản phẩm và tránh biến dạng khi nung thường dùng đất sét pha cát hạt mịn ngoài ra còn dùng thêm các chất phụ gia, chính vì vậy gốm sứ Bình Dương còn đa dạng về mẫu mã, chủng loại, màu sắc có thể tạo hình thành các loại trang sức dùng làm quà lưu niệm đều được khách hàng đánh giá cao về mẫu mã, chủng loại, chất lượng [1,2].

Từ những lợi thế thiên nhiên ưu ái cho Bình Dương cùng với bàn tay tài hoa của những nghệ nhân nơi đây mà ngành gốm sứ đã sớm hình thành và phát triển từ ngàn đời nay. Có thể nói,

qua những di tích khảo cổ học về nghề làm gốm, đồ gốm đã đi vào cuộc sống của người dân Bình Dương xưa và nay.

Tuy vậy, ngành gốm Bình Dương hiện nay đang đứng trước nguy cơ mai một bởi nhiều các yếu tố tác động như: Thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao; thiếu sự sáng tạo trong cải tiến mẫu mã; trang thiết bị kỹ thuật lỗi thời; cạnh tranh khốc liệt giữa thị trường trong khu vực và thế giới. Đây chính là những khó khăn thử thách không nhỏ trong phát triển ngành gốm vốn được xem là nghề truyền thống của Bình Dương từ trước tới nay. Chính vì vậy, việc nghiên cứu và đánh giá thực trạng ngành gốm tại Bình Dương trong giai đoạn hiện nay là vô cùng cấp thiết nhằm đưa ra giải pháp hiệu quả góp phần bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống của địa phương, đồng thời khôi phục và phát triển ngành gốm cả nước nói chung và ngành gốm tại Bình Dương nói riêng.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính trong bài viết của mình. Theo đó, nhóm tác giả thực hiện phương pháp phân tích tài liệu để tìm hiểu và đánh giá thực trạng ngành gốm tại Bình Dương. Mục đích của nghiên cứu này là cho thấy những vấn đề ngành gốm Bình Dương đang vướng phải hiện nay, đồng thời chỉ ra thực trạng, cơ hội và thách thức của ngành gốm tỉnh Bình Dương ở hiện tại. Cuối cùng, nhóm tác giả đưa ra định hướng và đề xuất các giải pháp phát triển ngành gốm Bình Dương trong giai đoạn hiện nay đến năm 2030.

3. Thực trạng ngành gốm Bình Dương

Những năm gần đây, ngành gốm ở Bình Dương dần được khắc phục và trở lại thế mạnh của mình. Các xưởng gốm với các trang thiết bị hiện đại đã thay thế các lò nung truyền thống giúp giải quyết các vấn đề môi trường. Tuy nhiên, các làng nghề vẫn giữ các yếu tố truyền thống để lưu truyền hậu thế, đồng thời nó cũng giúp thu hút các du khách qua loại hình du lịch làng nghề với các hoạt động trải nghiệm làm gốm [3].

Về chất lượng sản phẩm, để hòa vào dòng chảy của nền kinh tế, “ngành gốm Bình Dương đã từng bước trở mình và trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực của tỉnh, với những thương hiệu nổi tiếng như Minh Long, Cường Phát, Phước Dũ Long... Đây là lợi thế rất lớn của ngành gốm sứ Bình Dương” [4]. Để nâng cao chất lượng sản phẩm, nhiều lò gốm đã tăng cường các trang thiết bị đạt chuẩn công nghệ cao. Nhờ đó mà tình hình tiêu thụ gốm sứ của nhiều doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Bình Dương đạt kết quả khả quan. Là một trong số những ngành hàng xuất khẩu chủ lực của tỉnh Bình Dương.

Có thể nói, “Bình Dương hiện có hơn 300 cơ sở sản xuất, hàng năm đáp ứng cho thị trường từ 130 - 150 triệu sản phẩm các loại với giá trị xuất khẩu khoảng 150 triệu USD/năm và thị trường tiêu thụ nội địa tương đương 70 triệu USD/năm” - Theo Cục Hải Quan, 2019. Chính vì thế, ngành gốm tại Bình Dương ngày càng phát triển và liên tục phát huy dựa trên các yếu tố về điều kiện tự nhiên, cải tiến công nghệ, nguồn nhân lực. Với sự kết hợp từ bàn tay nghệ nhân và trình độ công nghệ hiện đại sẽ tạo nên những tác phẩm có giá trị đặc sắc và có giá trị cho tỉnh nhà.

Về cơ sở vật chất, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong giai đoạn hiện nay, các nhà xưởng, trang thiết bị, nguyên liệu, chất liệu từng bước được đầu tư kỹ lưỡng, việc cải tiến cơ sở vật chất sẽ giúp đảm bảo toàn bộ hoạt động của các xưởng gốm luôn được nâng cao năng suất, giá trị nghệ thuật không ngừng được nâng cao.

Về cạnh tranh thị trường quốc tế, “hiện nay sản phẩm gốm sứ ngoài chịu sự cạnh tranh trên thị trường nội địa, thị trường xuất khẩu mặt hàng này cũng đang chịu sự cạnh tranh khốc liệt từ doanh nghiệp gốm sứ các nước Trung Quốc, Thái Lan...” Điều này đòi hỏi ngành gốm Bình Dương cần phải biết “làm mới mình” cạnh tranh thị trường thế giới bằng việc nâng cao giá trị nghệ thuật qua từng sản phẩm, đầu tư đổi mới chất lượng sản phẩm qua các thiết bị công nghệ hiện đại, điều chỉnh giá thành sao cho phù hợp, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Thực tế trên thị trường xuất khẩu, các mặt hàng xây dựng như gạch ngói, vật liệu xây dựng cũng được các doanh nghiệp gốm tại Bình Dương quan tâm. Tiềm năng của các sản phẩm gốm xây dựng rất lớn, bởi ngày nay các vật liệu mới khá tốn kém.

Đầu năm 2022, sản xuất của ngành gốm sứ đã và đang có bước phục hồi và tăng trưởng khá sau đại dịch COVID-19. Tính đến nay, đa số các doanh nghiệp đều có đơn hàng sản xuất. Rất nhiều doanh nghiệp trong ngành có mức tăng từ 15 - 20% so với cùng kỳ năm ngoái. Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) được ký kết đã tạo ra những cơ hội lớn cho động xuất khẩu nói chung và gốm sứ mỹ nghệ nói riêng [4].

“Sản lượng xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ của Việt Nam trong tháng 6/2022 đạt 63,77 triệu USD, tăng 4,5% so với tháng 05/2022. Tính chung trong 6 tháng đầu năm 2022, xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ đạt 375,59 triệu USD, tăng 6,5% so với cùng kỳ năm 2021. Tháng 6/2022 xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ sang EU đạt 6,97 triệu USD, tính chung trong 6 tháng đầu năm 2022, xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ sang EU đạt 45,65 triệu USD. Việt Nam đứng thứ 3 (sau Trung Quốc và Thái Lan) trong số các thị trường cung cấp gốm sứ mỹ nghệ cho EU, với tốc độ tăng trưởng trong giai đoạn 2016 - 2021 đạt 7,6%/năm” [5].

Về nguồn nhân lực, với đặc thù ngành gốm, một số khâu quan trọng chỉ thực hiện được bởi bàn tay con người, nhưng hiện nay ngành gốm lại đang thiếu nguồn nhân lực trình độ cao bởi hiện nay Bình Dương phát triển công nghiệp với nhiều ngành nghề nên nghề làm gốm không còn là sự lựa chọn hàng đầu của lực lượng lao động trẻ để lập thân, lập nghiệp. Trước đây, trường Mỹ thuật Bình Dương có đào tạo nghề làm gốm nhưng hiện nay đã không còn. Hiện nguồn nhân lực nghề gốm chủ yếu do doanh nghiệp tự đào tạo. Giới trẻ Bình Dương không còn tha thiết với các ngành nghề truyền thống của tỉnh, do vậy cần tìm ra hướng đi đúng đắn giúp ngành gốm Bình Dương phát triển bền vững trong tương lai.

4. Một số định hướng và giải pháp phát triển ngành gốm ở Bình Dương đến năm 2030

Từ việc phân tích, đánh giá thực trạng nêu trên, chúng tôi xin đưa ra một số định hướng và giải pháp như sau:

4.1. Định hướng phát triển đến năm 2030

Do ngày càng cạnh tranh các mặt hàng sản phẩm có chất lượng cao trong khu vực và trên thế giới, do đó thu hút lực lượng lao động là yếu tố đầu tiên được chú trọng, trong đó số lượng các nghệ nhân có chuyên môn cao đạt từ 70% trở lên.

Nâng cao tỷ trọng sản phẩm gốm sứ tiêu thụ thông qua các hoạt động xuất khẩu đến năm 2030 đạt tỷ trọng 1% kim ngạch xuất khẩu tổng sản phẩm trên toàn tỉnh.

Dự đoán đến năm 2030 sẽ hoàn thành khôi phục và phát triển hơn nữa vị thế của gốm sứ Bình Dương trong cả nước và trên thế giới, góp phần giải quyết việc làm, tăng nguồn lợi thu nhập cho người dân địa phương và tạo thành bước đệm vững chắc trong mục tiêu phát triển bền vững của Bình Dương.

4.2. Giải pháp phát triển ngành gốm tại Bình Dương

Nhóm giải pháp chung

Thứ nhất, về chất lượng sản phẩm để đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm gốm sứ, các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh gốm sứ Bình Dương cần tích cực thay đổi phương thức sản xuất, kinh doanh; đổi mới công nghệ; sáng tạo mẫu mã mới lạ, độc đáo; đồng thời đẩy mạnh hoạt động marketing, xúc tiến thương mại... giúp tăng tính cạnh tranh sản phẩm gốm sứ trên thị trường trong và ngoài nước. Bên cạnh việc đầu tư, nâng cao chất lượng sản phẩm gốm sứ, tỉnh Bình Dương cũng rất tích cực trong công tác quảng bá sản phẩm gốm sứ của tỉnh.

Thứ hai, hiện nay trên địa bàn tỉnh có 3 làng gốm kiểu làng ông có tuổi thọ xưa

nhất và kết cấu còn nguyên vẹn nhất là Tân Phước Khánh, Chánh Nghĩa, Lái Thiêu cần được Nhà nước quan tâm nhiều hơn về chính sách hỗ trợ vốn để tiếp tục sản xuất những mặt hàng thông dụng như chén, đĩa, tô, ly, lu, chum, vại,... phục vụ nhu cầu trong nước mà còn xuất khẩu ra nước ngoài. Điều cần thiết lúc này là cần tăng cường quảng bá hình ảnh gốm Bình Dương qua các kênh thông tin, hội chợ, triển lãm... Bên cạnh đó cần tích cực quảng bá sản phẩm gốm qua các kênh mạng thương mại điện tử, truyền thông đại chúng nhằm phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Nhóm giải pháp cụ thể

Về nguồn nhân lực, trong thời đại hội nhập hiện nay, lao động trẻ có vai trò rất quan trọng trong việc áp dụng các thiết bị kỹ thuật công nghệ làm gốm để tạo ra những tác phẩm gốm có giá trị cao. Thế nhưng, với sự cạnh tranh khốc liệt của nền kinh tế thị trường hiện nay thì nhiều làng gốm truyền thống đã không còn trụ vững. Thêm nữa, các nghệ nhân lớn tuổi mất đi mà chưa kịp truyền lại tinh hoa nghề cho thế hệ kế nhiệm và một số nghệ nhân phải bỏ nghề vì kinh tế không đủ sống được bằng nghề. Chính vì thế, tỉnh Bình Dương cần có những chính sách thích hợp với các nghệ nhân ở các làng gốm truyền thống, nhất là tạo việc làm, giúp các nghệ nhân vay vốn, tạo điều kiện công việc ổn định. Ngoài ra, cần tuyển chọn bồi dưỡng những lao động trẻ của địa phương để đào tạo họ sớm trở thành nghệ nhân có tay nghề cao; có chính sách đãi ngộ, khuyến khích các nghệ nhân có kinh nghiệm, có tuổi nghề cao mở lớp truyền nghề cho các thế hệ sau, khuyến khích các thế hệ trẻ theo nghề, vận dụng hiệu quả tay

nghề trong sản xuất. Song song đó, cần hỗ trợ kinh phí cho các nghệ nhân tham gia các hội chợ thương mại, các cuộc thi ý tưởng sáng tạo những tác phẩm đẹp. Điều này góp phần cho các sản phẩm gốm được cải thiện, quảng bá rộng rãi sẽ thu hút khách hàng nhiều hơn. Gốm sứ Bình Dương khôi phục và phát triển.

Về kỹ thuật - công nghệ, không chỉ ưu ái cho những doanh nghiệp phát triển, làng gốm trẻ mà các làng gốm lâu đời cũng cần phải được duy trì và phát triển nhiều hơn về các kỹ thuật làm gốm. Bên cạnh đó cần có sự liên kết giữa các trường Đại học, Cao đẳng trong tỉnh chiêu mộ các nhà khoa học trẻ trong tương lai về kỹ thuật men màu, hóa chất và ứng dụng các kỹ thuật hiện đại vào việc chế tác gốm. Mặt khác, cần chú ý hỗ trợ phát triển ngành nghề truyền thống thông qua xây dựng các lớp học nghề, ứng dụng công nghệ hiện đại vào sản xuất, tổ chức bình chọn sản phẩm gốm có độ tinh xảo cao... Qua đó, ngày càng củng cố và phát triển sản xuất ngành hàng thủ công mỹ nghệ theo hướng hiện đại hóa công nghệ trong các làng nghề, vừa bảo đảm tính nguyên tắc nhưng sản phẩm làm ra không mất đi tính truyền thống, tính độc đáo, độ tinh xảo, vừa đẩy mạnh được việc xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm gốm vốn đã và đang trở thành đòi hỏi cấp bách đối với hầu hết các làng gốm truyền thống. Do đó, để tránh tình trạng các mặt hàng gốm không bị lỗi thời thì các nghệ nhân phải đẩy mạnh đổi mới công tác sản xuất, cải tiến mẫu mã, thiết kế sản phẩm sao cho vừa tinh tế, gọn nhẹ vừa đạt độ tinh xảo cao so với các sản phẩm đã xuất khẩu trước đây. Điều đó sẽ mang lại vẻ mới lạ, hiện đại nhưng không mất

đi nét văn hóa đặc trưng của sản phẩm truyền thống [6].

Về cạnh tranh thị trường trong nước và quốc tế, những năm qua, tình hình xuất khẩu hàng hóa đạt kết quả khả quan đã cho thấy được khả năng sản xuất và mở rộng phát triển thị trường gốm xuất khẩu của ngành gốm Bình Dương, song các doanh nghiệp gốm cần chú ý quan tâm đến các hoạt động xuất khẩu, đồng thời tăng năng suất lao động và giá trị nghệ thuật cho từng sản phẩm. Bên cạnh đó, cần tăng cường quảng bá, giới thiệu các mặt hàng sản phẩm ra khu vực và thế giới. Tích cực quảng bá hình ảnh gốm sứ Bình Dương trên các sách báo, tạp chí, ấn phẩm du lịch... Bên cạnh đó, giới thiệu các cơ sở sản xuất gốm trên các phương tiện truyền thông đại chúng (tivi, radio, Internet...). Các trang web cần thiết kế chuyên nghiệp, đặc thù với đầy đủ nội dung, hình ảnh sinh động, bắt mắt với nhiều mặt hàng gốm có mẫu mã mới lạ, tinh xảo. Đồng thời, tăng cường mở rộng các thị trường trong nước và quốc tế nhằm tạo nên nguồn khách ổn định với làng nghề, tổ chức xây dựng và liên kết các làng gốm trên địa bàn tỉnh Bình Dương như: Làng gốm Chánh Nghĩa, làng gốm Lái Thiêu, làng gốm Tân Phước Khánh... để tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường và thu hút du khách. Khuyến khích doanh nghiệp, các công ty du lịch và chuyên gia nghiên cứu mở rộng thị trường nhằm xác định khách hàng và thị trường tiềm năng để có chiến dịch quảng bá hiệu quả và xây dựng thương hiệu gốm sứ. Các chương trình sự kiện lớn như Festival gốm sứ Bình Dương cũng đã trải qua khá lâu (từ năm 2010), do vậy nên chọn một ngày nhất định để tổ chức ngày truyền thống

hàng năm cho ngành để giới thiệu sản phẩm, tôn vinh nghệ nhân đồng thời học hỏi và trao đổi kinh nghiệm. Xây dựng và triển khai thực hiện tổ chức hội chợ, mở các gian hàng triển lãm, giới thiệu sản phẩm thông qua kênh thương mại điện tử...

Để đẩy mạnh và cạnh tranh có hiệu quả với thị trường khu vực và thế giới, ngành gốm Bình Dương cần xây dựng và tạo động lực để ổn định sản xuất các mặt hàng có giá trị gia tăng cao. Cùng với đó, quy hoạch các khu vực sản xuất gồm tập trung để bảo tồn các trung tâm sản xuất gốm truyền thống. Giúp doanh nghiệp nâng cao giá trị sản xuất để đáp ứng được các nhu cầu theo tiêu chuẩn của thế giới.

Về cơ sở vật chất, chính quyền địa phương cần có chính sách hỗ trợ người dân về vốn, công cụ, nguyên liệu sản xuất, xây dựng, nâng cấp và mở rộng thêm các cơ sở gốm... Các làng gốm nên xây dựng thêm các phòng truyền thống, phòng trưng bày để lưu giữ và giới thiệu quá trình hình thành, phát triển các sản phẩm văn hóa đặc trưng của mình. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp gốm lớn ở Bình Dương cần đầu tư xây dựng các trang web với ứng dụng thực tế ảo (VR) để giúp khách hàng ở xa có cái nhìn tổng thể, rõ ràng và chi tiết hơn so với hình ảnh thông thường. Đây cũng là cách để giúp khách hàng tiếp cận dễ dàng hơn với sản phẩm. Đồng thời, các xưởng và cơ sở sản xuất gốm nên đầu tư xây dựng và mở rộng các bãi đậu xe, khu ăn uống, phòng nghỉ ngơi thư giãn, quầy bán hàng lưu niệm, kết hợp du lịch trải nghiệm thực tế... giúp khách hàng ở xa cảm thấy thoải mái, tạo ấn tượng nhiều hơn và lưu giữ khách hàng

lâu hơn. Tuy nhiên cần phải lưu ý triệt để tránh tình trạng chạt chém, chèo kéo khách hàng, bán các mặt hàng kém chất lượng gây mất uy tín, mất thiện cảm, mang lại hình ảnh không tốt đối với khách hàng khiến họ cảm thấy không được tôn trọng và bị lừa gạt không dám đến lần thứ hai. Điều này sẽ làm tổn hại mạnh mẽ đến thương hiệu cũng như tính bền vững của sự phát triển ngành gốm tại tỉnh Bình Dương.

Về đội ngũ nguồn nhân lực, phải là người luôn nắm vững những kiến thức, nghiệp vụ có chuyên môn, có ý thức sâu sắc về giá trị thương mại của ngành cũng như giá trị văn hóa truyền thống tiêu biểu của vùng đất Bình Dương. Nguồn nhân lực ngành gốm cần được đào tạo từ các trường đại học, cao đẳng, trung cấp dạy nghề, có khả năng ứng dụng công nghệ cao, có khả năng giao tiếp nhạy bén và hiểu biết sâu sắc về làng nghề, nhiệt tình trong công việc bên cạnh đó phải được thử thách trong môi trường thực tế để chọn lọc những cá nhân xuất sắc. Để đào tạo được các đội ngũ trên một cách hiệu quả, cần có sự lựa chọn, phân công lựa chọn người giảng dạy có những kinh nghiệm làm việc thực tế trong ngành này, đó mới là khâu quan trọng kết hợp hài hòa giữa lý thuyết và thực tiễn trong công tác đào tạo [7].

Các giải pháp này phải thực hiện đồng bộ, phối hợp nhịp nhàng và lâu dài, không nên vội vã hấp tấp gây ra tình trạng nham nhở, rồi ren ảnh hưởng đến quá trình phát triển của ngành gốm tại Bình Dương.

5. Kết luận

Tóm lại, dù có những thách thức, khó khăn nhất định nhưng ngành gốm Bình Dương với những sản phẩm tinh xảo vẫn còn mang đầy đủ yếu tố nghệ thuật hội họa, tạo hình, trang trí độc đáo và sáng tạo. Phát triển ngành gốm tại Bình Dương không chỉ đem lại những giá trị kinh tế cao mà còn cả những lợi ích to lớn về mặt văn hóa - xã hội trong việc gìn giữ, bảo tồn những giá trị truyền thống của dân tộc.

Rõ ràng, phát triển ngành gốm tại Bình Dương sẽ mang lại giá trị vô cùng quý giá. Nó góp phần tạo cho bức tranh kinh tế Bình Dương thêm đa dạng và phong phú. Chính vì vậy, để ngành gốm Bình Dương phát triển hơn nữa cần định hướng và áp dụng đồng bộ các giải pháp nêu trên để khắc phục những khó khăn, tồn tại trong các làng gốm đồng thời phát huy tối đa thế mạnh của ngành để khai thác có hiệu quả các nguồn lực trong tỉnh. Nếu thực hiện nghiêm túc, kịp thời sẽ góp phần bảo tồn nét văn hóa truyền thống của dân tộc, giải quyết tốt việc làm, nâng cao nguồn thu nhập và chất lượng của sống cho lao động địa phương.

Tài liệu tham khảo

- [1] Bùi Chí Hoàng, Bình Dương và những vấn đề khảo cổ học tiền sử. Thông tin khoa học lịch sử số 9 hội khoa học lịch sử Bình Dương, 2007, tr.54.
- [2] Bùi Chí Hoàng, Nguyễn Văn Thủy, Gốm sứ Bình Dương. Hà Nội: NXB Khoa học xã hội, 2014.
- [3] Hồng Thuận, Bình Dương: Trăm năm tạo dựng một nghề. Truy cập tại: <https://langngheviet.com.vn/lang-nghe-nghe-nhan/binh-duong-tram-nam-tao-dung-mot-nghe.html>26016, 2021

[4] Tiêu My, Ngô Trung, Sản xuất sạch hơn trong ngành gốm sứ: Cơ hội để phát triển. Truy cập tại: <https://baobinhduong.vn/san-xuat-sach-hon-trong-nganh-gom-su-co-hoi-de-phan-trien-a285729.html>, 2022

[5] Hà Duyên, Nắm bắt cơ hội từ hiệp định EVFTA, xuất khẩu gốm sứ vào EU tăng mạnh. Truy cập tại: <https://congthuong.vn/nam-bat-co-hoi-tu-hiep-dinh-evfta-xuat-khau-gom-su-vao-eu-tang-manh-183047.html>, 2022

[6] Nguyễn Thị Trâm, Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu gốm sứ Bình Dương đến năm 2020. Luận văn thạc sĩ. Bình Dương. Trường Đại học Bình Dương, 2013, tr.96-98.

[7] Kim Ngọc Đạt, Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ Bình Dương. Luận văn thạc sĩ. TP.HCM. Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, 2003, tr.65-66.

Ngày nhận bài: 14/1/2023

Ngày hoàn thành sửa bài: 23/3/2023

Ngày chấp nhận đăng: 26/3/2023